

Le principali minacce alla categoria sono la crisi economica e la discesa in campo dei grandi gruppi

UNA PROFESSIONE CHE CAMBIA DI CONTINUO

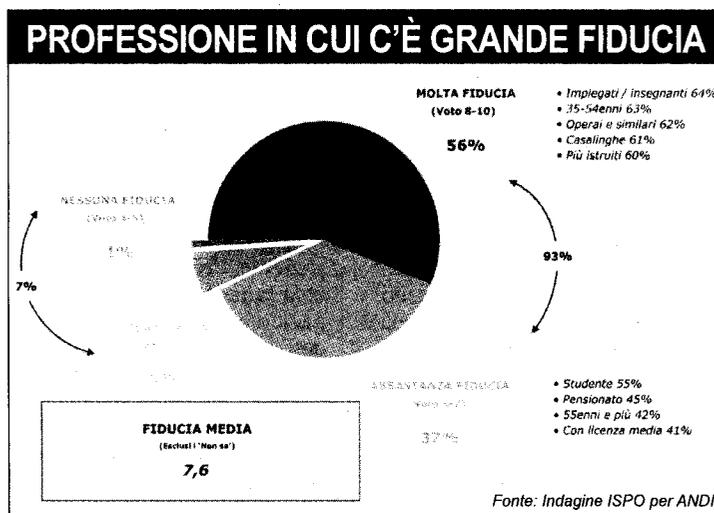
Ma nove italiani su dieci hanno molta fiducia nel dentista privato

PAGINA A CURA
DI PIERO PICCIOLI

Non c'è più il dentista di una volta. I cinquanta-sessantenni hanno conosciuto l'età d'oro della professione: studi sempre pieni, fatturato alle stelle, elevato status sociale. Per quelli usciti da poco dall'università, i trentenni, il discorso è diverso: devono lavorare di più e guadagnano meno. Non è solo una questione economica ma di approccio alla professione: più propensione agli studi associati rispetto a quelli monoprofessionali; più attenzione all'aggiornamento professionale; addirittura maggiore apertura a collaborare con il settore pubblico, che per il dentista tradizionale ha sempre rappresentato un'area off limits. Il futuro, in ogni caso, almeno secondo quanto sostiene l'Associazione nazionale dentisti italiani, è sempre nel binomio studio privato-libera professione. Un fatto è certo: quella del dentista è una professione in via di cambiamento. Tre anni di recessione hanno avuto effetti devastanti: visite crollate del 30% lo scorso anno (2,5 milioni di accessi e 1,8 milioni di pazienti in meno che nel 2010). Inoltre, l'ingresso sul mercato di grossi gruppi finanziari ha modificato la concorrenza. E incombe lo spettro, soprattutto nelle regioni di confine, del low cost, i servizi a basso costo che, nonostante tutto, prendono piede. Il risultato è che il 30% dei dentisti italiani pensa di chiudere lo studio per dedicarsi ad altro. In alcuni casi i fatturati si sono dimezzati.

La reazione a questo stato di cose c'è stata: maggiore efficienza degli studi, investimenti nell'aggiornamento professio-

nale, aumento dei servizi offerti, riduzione dei costi e, in misura marginale, riduzione dei prezzi. Qualche risultato c'è stato ma di puro contenimento: la frattura generazionale rimane, la concorrenza, leale o meno, è in agguato. Dalla citata ricerca Andi emerge come la stragrande maggioranza (oltre l'80%) dei dentisti italiani sia molto



preoccupato della concorrenza dei grandi gruppi che, direttamente o in franchising, hanno aggredito il mercato. Vitaldent, Vacupan Italia, Caredent e altri sono marchi sempre più conosciuti e diffusi sul territorio, i quali, oltre che su strutture e competenze professionali, possono far conto su ingenti risorse da investire in promozione (come le prestazioni in omaggio) e pubblicità, con la partecipazione di volti (e sorrisi) di personaggi del mondo dello spettacolo e della tv ben conosciuti al

grande pubblico.

C'è un altro elemento che in futuro può riservare sorprese: la discesa in campo di Asl, ospedali e centri universitari. Finora si limitavano, a parte la ricerca, alle patologie particolari e complesse ma con il crescente bisogno di far cassa da parte della sanità pubblica, anche queste strutture stanno entrando sul mercato offrendo servizi e prestazioni prima riservate ai dentisti privati.

La partita degli odontoiatri del futuro si gioca quindi su più tavoli: il mercato, dove non incide solo la crisi economica ma, piaccia o meno alla categoria, anche l'ingresso in scena di

nuovi attori; la normativa, su cui è in corso un dibattito; infine, le aspettative degli utenti. Sicuramente non siamo più di fronte a una categoria in espansione, e l'aggregazione di competenze e strutture sarà, anche a detta dei diretti interessati, inevitabile, così come lo è l'adeguamento ai processi in atto nella società. L'aumento dell'età media della popolazione – per esempio – richiede specializzazioni sempre più mirate per la terza età e una politica dei prezzi compatibile con la capacità di spesa di questa fascia di popolazione.

La base di partenza sembra comunque esserci. Sempre l'Andi ha impegnato l'istituto di Renato Mannheimer per disegnare il livello di gradimento. Il punto di partenza è che il dentista è considerato un medico di fiducia. Infatti nove italiani su dieci (il 93%) ripongono la loro fiducia nel medico dentista e quasi sei su dieci (56%) dicono di averne molta. Il dentista è considerato al pari del medico di base (o di famiglia). Infatti odontoiatra e medico di base riscuotono, nella popolazione, un indice medio di fiducia di 7,6, contro il 7,5 dei medici specialisti.

Queste sono le uniche professioni per cui la maggioranza degli italiani ha sempre espresso una forte fiducia (hanno detto di fidarsi nell'ordine il 93%, 90% e 93% degli italiani). All'opposto le professioni di giornalista e di manager sono le uniche a contare un voto medio (da 1 a 10) inferiore alla sufficienza seppur di poco (5,9), mentre avvocati (6), notai (6,3) e magistrati (6,4) appena sopra la media. Il dentista ed il medico di base raccolgono i voti più alti (7,6 di media).

Se nove italiani su dieci hanno più fiducia verso il dentista che opera in uno studio privato, non sorprende che otto su dieci (81%) si rivolgono, in esclusiva o quasi sempre, ad uno studio privato in Italia. L'abitudine/fiducia nel proprio dentista appare il motivo principale per cui gli italiani si rivolgono al dentista di uno studio privato (82%), il secondo motivo è la vicinanza/comodità (23%), il terzo è quello di riuscire a prendere facilmente un appuntamento (15%) e solo al quarto posto l'aspetto economico (13%), a conferma di come gli italiani giudichino corretto il rapporto qualità/prezzo delle prestazioni odontoiatriche. Si stima che sono 28 milioni gli italiani maggiorenni che si rivolgono o si rivolgerebbero esclusivamente a uno studio dentistico privato e, tra questi, 16 milioni non hanno mai considerato e non prenderebbero mai in considerazione altre strutture. (riproduzione riservata)